

## **TUGAS AKHIR**

# **Perancangan Video Promosi Pariwisata**

## **“Vidoe Promosi Pariwisata Kota Salatiga”**



Oleh :

Augusta Chabib Pradana

362010056

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**

**SALATIGA**

**2015**



**PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA**

Jl. Diponegoro 52 – 60 Salatiga 50711  
Jawa Tengah, Indonesia  
Telp. 0298 – 321212, Fax. 0298 321433  
Email: library@adm.uksw.edu ; http://library.uksw.edu

**PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Augusta Chabib Pradana  
NIM : 362010056 Email : Augustaawesome@yahoo.com  
Fakultas : FISKOM Program Studi : Komunikasi - Advertising  
Judultugasakhir : PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PARIWISATA  
“ Video Promosi Pariwisata Kota Salatiga ”

Pembimbing : 1. Dr. Ir. Sri Suwartiningsih, M.Si.  
2. Sih Natalia Sukmi, S.sos., M.I.Kom.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran / terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian / implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftarpustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, sertasanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 22 Januari 2016



AUGUSTA CHABIB.P

Tandatangan & namaterang mahasiswa





## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Augusta Chabib Pradana  
NIM : 362010056 Email : Augustaawesome@yahoo.com  
Fakultas : FISKOM Program Studi : Komunikasi - Advertising  
Judultugasakhir : PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PARIWISATA “Video Promosi Pariwisata Kota Salatiga”

Dengan ini saya menyerahkan hak non-eksklusif\* kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beritanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah kedalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah kedalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA\*\*

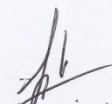
\* Hak yang tidak terbatasnya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

\*\* Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampirkan dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

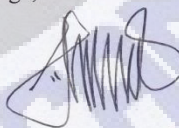
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 22 Januari 2016

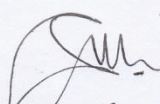
Mengetahui,

  
Sri Fawath Ningihel

Tandatangan & namaterang pembimbing I

  
Augusta C.P.

Tandatangan & namaterang mahasiswa

  
Sri Natalia Sukmi

Tandatangan & namaterang pembimbing II



## LEMBAR PENGESAHAN

**Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN VIDEO PROMOSI  
PARIWISATA “Video Promotion  
Pariwisata Kota Salatiga”**

**Nama : Augusta Chabib Pradana  
NIM : 362010056  
Progdi : Ilmu Komunikasi**

Disetujui Oleh,

**Pembimbing I**

**Dr. Ir. Sri Suwartiningsih, M.Si.**

**Pembimbing II**

**Sih Natalia Sukmi, S.sos., M.I.Kom**

**Diketahui Oleh,**

**Kaproghi,**

**Dewi Kartika Sari S.Sos, M.I.Kom**

**Disahkan Oleh,**

**Dekan,**

**Drs. Daru Purnomo, M.Si**

Disetujui tanggal :



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : AUGUSTA CHABIB PRADANA

NIM : 362010056

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen  
Satya Wacana

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir, Judul:

### PERANCANGAN VIDEO PROMOSI PARIWISATA

#### “Video Promosi Pariwisata Kota Salatiga”

Yang dibimbing oleh:

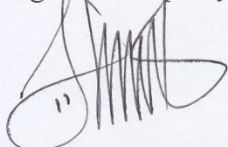
1. Dr. Ir. Sri Suwartiningsih, M.Si.
2. Sih Natalia Sukmi, S.sos., M.I.Kom

Adalah benar-benar karya saya.

Didalam laporan tugas akhir ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau gambar serta simbol yang saya akui seolah-olah sebagai karya saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis atau sumber aslinya.

Salatiga, 13 Januari 2016

Yang memberi pernyataan,



AUGUSTA CHABIB PRADANA

## **MOTTO**

**“If you can dream it, you can do it”**

Jika kamu bisa memimpikan sesuatu yang kamu ingin raih, pasti kamu bisa melakukannya

## **PERSEMBAHAN**

Tugas akhir skripsi ini dipersembahkan untuk kedua orang tua, keluarga, sahabat, teman, dan semua orang yang mendukung serta mendoakan dan selalu memotivasi saya.



## SARIPATI

Kata pariwisata memang tak asing lagi. Hampir setiap kota memiliki sektor pariwisata untuk daya tarik kota tersebut. Sektor pariwisata mempunyai peluang yang cukup potensial untuk dikembangkan menjadi salah satu sumber devisa daerah. Oleh karena itu, perlu dikembangkan objek-objek wisata yang mempunyai potensi menarik pengunjung. Pariwisata Indonesia dinilai masih kurang promosi dibandingkan dengan negara tetangga, lainya. Keindahan alam dan keragaman budaya Indonesia selalu mengundang wisatawan dunia untuk datang. Modal besar ini tampak belum diimbangi dengan upaya promosi yang maksimal. Promosi pariwisata dibutuhkan dalam upaya menarik semakin banyak wisatawan ke Indonesia. Masih banyak objek-objek wisata dikota-kota kecil yang belum diketahui masyarakat luas. Kota Salatiga termasuk kota yang belum banyak dikenal potensi wisatanya. Dari riset yang penulis lakukan, dalam melakukan kegiatan promosi Dinas Pariwisata Kota Salatiga sudah menggunakan media cetak, radio dan media sosial untuk meningkatkan pengujung yang datang ke Kota Salatiga. Dinas Pariwisata Kota Salatiga belum pernah menggunakan media audio visual untuk media promosi. Oleh sebab itu dari hasil riset yang telah dilakukan, penulis ingin membantu pihak Dinas Pariwisata Kota Salatiga dalam melakukan promosi dengan media audio video. Karena audio video mempunyai keunggulan dibandingkan media promosi lainnya, melalui video pula promosi dapat ditampilkan secara audio dan visual, Dimana banyak masyarakat yang akan lebih puas serta lebih jelas dalam mendapatkan informasi.

Kata kunci: Pariwisata, Promosi, Pariwisata Kota Salatiga, Video

## ABSTRACT

Tourism is not a strange word nowadays. Almost every town has tourism sector as an attractive point of it. Tourism sector had enough potential to become a source of regional foreign exchange. Therefore, it is a must to develop and maintain tourism objects which have good potential to attract tourists. Tourism in Indonesia still considered as a low promoted tourism compared to the neighboring country. Natural beauty and cultural diversities of Indonesia seems to become some factors to attract tourists around the world to visit. These huge advantages appeared to be imbalanced with less promotion efforts. Tourism promotion is needed as an effort to persuade more tourists to visit Indonesia. There are still so many tourism objects on smaller city which has not yet known by general public. Salatiga is no exception, as a small city which has not yet been widely known its tourism potential. From the research that has been conducted, Salatiga uses newsprint, radio, and social media to increase visitor who came to Salatiga. Department of tourism of Salatiga had never used audio visual media as promotional media. Therefore, by research that has been conducted, the researcher want to help departments of tourism of Salatiga to promote tourism by the audio video media. First of all, because audio video media have major superiority than any other promotional media. Secondly, promotional video can be displayed both in audio and visual which could satisfied public interests and make the information provided more clearly.

keyword : Promotion, Tourism, Tourism of Salatiga, Video



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala limpahan Rahmat, Inayah, Taufik dan Hinayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan mulai dari proses penyusunan proposal, penelitian, hingga produksi tugas akhir dapat berjalan dengan lancar.

Begitu banyak pengalaman menarik dan berharga yang didapat penulis selama proses menyelesaikan tugas akhir ini. Tentunya semua tidak akan dapat tercapai tanpa bantuan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Untuk keluarga yang sangat luar biasa. Dengan kesabaran selalu memberi semangat dan motivasi dari awal hingga akhir. Terutama untuk Ibu ( Ning Saragih) saya yang selalu memberikan doa dan motivasi untuk saya, dan ayah (M. rifa'i) saya yang selalu mendukung saya dalam hal apapun, walaupun sehari setelah saya ujian beliau meninggal dunia dan belum sempat memberi kabar baik.
2. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana:
  - Bapak Daru Purnomo, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana
  - Mbak Dewi Kaes selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana
  - Bu Sri Suwartiningsih dan Mbak Natalia Sukmi, selaku dosen pembimbing tugas akhir
  - Mas Sampoerna, selaku dosen yang membantu memberikan kritik saran untuk video tugas akhir saya
  - Seluruh dosen, asisten pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana
  - Seluruh staff administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana

3. Teman – teman kursi kenangan depan Lab, Dwi Ristanto (tumbing), Dwi Prastyo (nyemot), Yuli Setiawan (ateng), Rendi SP (acong), Sri Raharjo (mbah jo), Hari S, Toto, Herly S, Nanang, Jonatan, Jefri Ceng, Fena, M Poppy, Mika (Sastro), Odhilia, Diyan Hadi (tompel), Edi Gondrong, Ghani S, Hayu, Yusuf H (ucup), Elsa, Nur Hasan yang sudah saling mendukung agar bisa wisuda Bulan Maret.
4. Mas Ngudi S, Mbak Lia, Babe, Bobby Tampubolon, Dwi Setyo Wahyudi (ncus0, Elisa Anastasia S, Toni Yoga (Ngewel), Zaenal Arifin (Cipli), Isna Ayu KP, Agung Wahyudi (Cempe), Kris (Kadal), Dwi Noval Doni Saputra, Aloyis, Edo (Gendus) Indera (Codot), Donny (Cotop) dan keluarga besar Everything Photo Work untuk setiap motivasi dan bantuannya.
5. Hohoq, Nur Hasan, Gusti, Victor, untuk segala waktu untuk meluangkan membantu saya
6. Bapak Selso Dinas Pariwisata Kota Salatiga yang sudah membatu saya dari perijinan dan data-data yang diperlukan.
7. Teman-teman Cyberkid, Bearnie Boulder, Divisi Tiang Salatiga, Underlamp, Pecespot, Youth Grinder, For Your Kid, HBCM, CFL, yang selalu memotivasi saya.
8. Teman-teman angkatan 2010, 2011, 2012 FISKOM, senang bisa bertemu dengan kalian semua.

Begitu banyak teman-teman yang sangat membantu penulis dalam proses penulisan dan pembuatan tugas akhir ini, sehingga sulit untuk disebutkan satu persatu. Kiranya pengalaman berharga yang kalian berikan pada penulis menjadi pembelajaran yang bermakna dan menjadi batu loncatan meraih sukses di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap hasil dari tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi Program Studi Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana khususnya jurusan *advertising*, adik angkatan, serta masyarakat



yang berkenan untuk menonton video company profile dari hasil produksi tersebut.



## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	
Halaman Pengesahan .....	ii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis Akhir .....	iii
Pernyataan Persetujuan Publikasi .....	iv
Persembahan .....	v
Saripati .....	vi
<i>Abstraction</i> .....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Gambar .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Produksi .....	7
1.3. Tujuan Produksi .....	7
1.4. Pembatasan Perancangan Produksi .....	8
1.5. Manfaat Produksi .....	8

### BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Salatiga .....	9
2.2 Konsep Wisata .....	11
2.3 Video .....	12



2.4	Angle Kamera .....	14
2.5	Ukuran Gambar .....	15
2.6	Definisi Periklanan dan Fungsi Iklan .....	17
2.7	Sifat iklan .....	18
2.8	Consumer Insight dan Consumer Journey .....	19
2.9	Kerangka Pikir .....	22

### **BAB III TAHAPAN PRA PRODUKSI**

3.1	Perancangan Promosi .....	23
3.2	Tujuan Perancangan Promosi .....	23
3.3	Pendekatan Perancangan Media .....	23
3.4	Strategi Media .....	23
3.5	Pemilihan Media .....	26
3.6	Desain Produksi .....	27

### **BAB IV TAHAPAN PRODUKSI DAN PASCA PRODUKSI**

4.1.	Produksi .....	28
4.2.	Pasca Produksi .....	28
4.3.	Kendala .....	32

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1.	Kesimpulan .....	33
5.2.	Saran .....	35

### **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Kerangka Pikir

Tabel 2. Time Table Proses Produksi





## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Import File Video ke Adobe Premiere Pro CS 6

Gambar 2. Menata gambar file video di Adobe Premiere Pro CS 6

Gambar 3. Proses Pre-Render Video

Gambar 4. Proses pembuatan teks typography

Gambar 5. Final Render



## DAFTAR LAMPIRAN

Lamp 1. *Storyline* Produksi

Lamp 2. *Storyboard* Produksi

